

氏 名	王 静
学 位 の 種 類	博士（文学）
学 位 記 番 号	第 6 1 1 3 号
授 与 報 告 番 号	(甲)第 3 4 3 3 号
学位授与年月日	平成 27 年 3 月 24 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項
学 位 論 文 名	現代中国における茶文化の創造とその可能性に関する研究
論 文 審 査 委 員	主 査 教授 多和田 裕司 副 査 教授 高坂 史朗 副 査 教授 張 新民

論 文 内 容 の 要 旨

本論文は、現代中国において茶文化が創造され、それが実体化されてきた過程を、時系列に沿って大きく三つの段階に分けた上で、文化ナショナリズム、文化産業、ソフトパワーなどの観点から跡づけるものである。

第一章では、第一段階として、新中国の誕生から 1970 年代末までが扱われる。この時期には、茶葉の生産自体が壊滅状態にあり、生産された茶葉もそのほとんどが国策として輸出にあてられていたため、国民の日常生活から茶を飲むことが消失していた。

第二章では、第二段階として、改革開放の時代から 1980 年代までの、茶葉生産の急速な拡大と、それによって生じた茶葉の供給過剰問題が論じられる。茶葉が増産された結果、茶葉の国内市場を作り出す必要が生じたが、それに呼応する形で、茶の健康面での効用が宣伝されたり、茶の学術的研究が開始された。「茶文化」という言葉が創られ、中国伝統文化として強調されるようになったのもまさにこの時期であった。

第三章では、1970、80 年代の台湾の状況が扱われる。当時台湾では経済発展や都市化の中で中華伝統文化復興の気運が高まっており、その中で茶を飲む行為を芸術化した「台湾茶芸」が考案された。この台湾での茶芸や茶文化が 80 年代後半に中国に伝わったことで、中国の茶文化創造が一気に進むことになった。

第四章、五章、六章では、第三段階として 80 年代末以降から現在までの状況が考察される。第四章では、茶文化が国民的アイデンティティ形成の役目を担いながら中華民族文化の象徴となったことが、茶関連の諸施策や様々な国家的イベントなどを事例に分析される。

第五章では、茶文化が中国の経済発展に取り込まれていくことに焦点が当てられる。「文化経済」なる概念とともに文化産業への関心が高まる中で、茶文化も茶葉関連の業界によって商品化され、文化としての茶が売り出されるようになった。もちろんこれは茶文化に象徴される中国の文化ナショナリズムとも密接に連動するものである。

第六章では、茶が持っている二つの力が論じられる。ひとつは文化ナショナリズムや文化産業の延長線上にある茶文化の力であり、この力は現在、中国の外交戦略上のソフトパワーとして用いられている。いまひとつの力は、たとえば「茶をともに飲む」ことから生まれる共感、あるいは時間や記憶の共有など、国家や構築された文化には回収され得ないような力であり、この力にこそ、人をつなぐものとしての茶の可能性があると指摘される。

論 文 審 査 の 結 果 の 要 旨

王静氏によって提出された論文「現代中国における茶文化の創造とその可能性に関する研究」は、現代中国において茶文化が生み出された過程を構築主義的な文化理解の立場から丹念に跡づけたものである。それによって、中国を象徴する文化として受け取られている茶文化が、実際には同国におけるナショナリズムの展開、文化産業の発展、ソフトパワーとしての政治的利用などを通して、創造され、操作され、その結果実体化されてきたものであることがあきらかにされた。本論文での王氏の

このような視点は、現在の文化研究における先端的な潮流と軌を一にするものであり、茶葉の詳細な分類や歴史的経緯の紹介、作法の細かな記述などを中心に論じられてきた中国茶文化研究の分野において、批判的かつ斬新な成果を付け加えるものであると評価できる。

本論文は、一章から六章に序章と終章を加えた全八章からなっている。とくに主要部分である一章から六章においては、茶文化創造の過程が、時系列に沿って大きく三つの段階に分けて跡づけられている。

第一章においては、第一段階として、1949 年の新中国の誕生から文化大革命が終焉し、改革開放政策が始まる 1970 年代末までが扱われる。ここでは、茶葉の生産が壊滅状態にあったこと、そして、生産された茶葉はそのほとんどが国策として輸出にあてられていたこと、そのため国民の日常生活から茶を飲むという行為が消えていたことがあきらかにされる。とくにこの時期における茶葉生産の実態と建国直後からの生産の回復状況、さらにはソビエト連邦（当時）との借款返済のための茶葉貿易等については、資料的な制約からこれまでほとんど扱われてこなかったものであり、広範な文献調査を通しての王氏による実態解明は現代中国研究にたいするきわめて大きな貢献であると評価できる。

第二章においては、第二段階として、改革開放の時代から 1980 年代までの、茶葉生産の急速な拡大と、それによる茶葉の供給過剰問題（いわゆる茶葉問題）が詳述される。茶葉の増産を国家が急激に進めた結果、生産過剰となり、茶葉の国内市場をつくり出す必要が生じたことから、茶の消費を拡大させるべく茶の健康面での効用が宣伝されたり、茶の学術的研究が始められた。「茶文化」という言葉が作られ、中国の伝統文化として強調されるようになっていったのも、まさにこのような文脈においてのことであった。従来中国の茶文化研究は改革開放政策が始まった 1978 年以降に着目し、茶文化の隆盛を経済発展の帰結としてとらえる論がもっぱらであったが、これにたいして茶文化なるものが創り出される背景として茶葉の供給過剰問題の存在を指摘し、政策的に茶葉消費の増大が図られたという王氏の議論は、文化の構築性や操作性を具体的に証するものとなっている。

第三章では、1970 年代、80 年代の台湾の状況が扱われる。当時台湾では経済発展や都市化の進展とともに中華伝統文化復興の気運が高まっており、そのなかで中国に起源を持つ工夫茶を基に茶を飲む行為を芸術化した「台湾茶芸」（日本の茶道にあたるようなもの）が考案された。この台湾での茶芸が 80 年代後半に中国に伝わったことで、中国の茶文化創造が一気に加速されることになった。王氏はここで、台湾および中国の茶芸構築をめぐるきわめて興味深い関係を指摘している。それは、双方でたがいの文化を引用し合いながら自らの文化を創り出し、かつそのような引用にもかかわらず自らの独自性や正統性を主張するという状況である。茶芸の案出をめぐる台湾と中国の関係は、文化が相互借用や相互影響関係などのなかにしか存在し得ないものであると同時に、ひとたび構築されるや、実体的であり、超時間的に存在する固有なものとして理解されるようになることを、具体的に示している。

第四章、五章、六章では、再び中国に戻り、茶文化創造の第三段階として、80 年代末以降現在までの状況が、文化ナショナリズム（第四章）、文化産業（第五章）、ソフトパワー（第六章）という観点から考察されている。

第四章においては、茶文化がどのように国民的アイデンティティ形成の役目を担わされてきたのか、そしていかに中華民族文化の象徴とされていったのかについて、文化ナショナリズムという観点から分析される。茶が「国飲」となり「中国茶都」が制定されることから、オリンピックなどの国家的イベントでの茶文化の演出、茶芸師国家資格による茶文化の国家管理、大学における茶専攻の開設等にいたるまで、茶文化はまさに中国国家そのものを表すものであるかのようにもちいられる。王氏が分析するこれらの事例からは、文化の構築とナショナリズムとが親和的に結びつくものであり、国家が文化を利用するとともに、文化が国家を作り上げるという両者の関係を見て取ることができる。

第五章においては、茶文化が中国の経済発展にも取り込まれていることが論じられる。1990 年代初めに中国では「文化経済」なる概念が打ち出され、文化産業への関心が高まった。そんななかで茶文化も茶葉関連の業界によって、商品化されていった。たとえば茶芸館（高級な喫茶店）の急増、ブランド茶の開発、茶を対象とする観光事業や地域活性化など、文化としての茶が売り出されるようになったのである。もちろんこれは茶文化に象徴される中国の文化ナショナリズムとも密接に連動したものである。文化が商品化され市場に提供されることは、これまでも普通に観察されることであったであろう。それにたいして王氏の分析は、文化の商品化過程において付け加えられる要素にまで着目し、現代消費社会における文化消費の特質について論じている。茶芸館や茶葉を対象に、「民族性」「伝統性」「歴史的真實性」などの要素がどのように付与され、いかなるイメージのもとで商品化さ

れているかについての具体的分析は、消費社会における文化の扱われ方を鮮やかに浮かび上がらせている。

最後の第六章においては、茶が持っている力がふたつの観点から論じられる。

ひとつは、国力としての、いわゆるソフトパワーに注目が集まる近年の状況のなかで、文化外交にもちいられる茶文化の力についてである。中国は現在、外交上の各種イベントにおいて茶文化を積極的に活用し、パフォーマンスとしての視覚的で芸術的な茶文化が繰り返し演出されている。もちろんソフトパワーとしての茶文化の力は、文化ナショナリズムや文化産業の延長線上に位置づけることができるものであり、三者は相互に促進しあっている。文化を軸にナショナリズムと経済が三位一体となって展開されていることを析出した王氏の分析は、ソフトパワー論の具体的事例研究としても秀逸である。

いまひとつの観点は、現代社会を生きる人間がより良き生を目指す上で、茶が持っているであろう可能性についてである。王氏によれば、たとえばそれは「茶とともに飲む」ことから生まれる共感、あるいは時間や記憶の共有など、国家や経済などには回収され得ないような力にほかならない。王氏はこれを茶を飲むという行為が文化としてとらえられる以前から備えていたものであろうことを仮説的に指摘する。このような視点は、構築主義的な文化理解が見落としがちな、人々の実践へと研究の射程を広げる可能性を有するものといえるだろう。

本論文では広範な文献の渉猟と杭州市、北京市、台北市等での実態調査、さらには中国、台湾双方の茶文化関係者にたいするインタビュー調査などで得た資料が的確にもちいられ、それぞれの論述がきわめて説得的なものとなっていることも評価に値する。

個々の論点にたいする審査評価は上記の通りであるが、最後に本論文全体にたいする評価を二点述べたい。

第一に、本論文が、文化と国家、文化と政治、文化と経済等が交錯するところに生じる文化の動態を、茶という些細で身近な素材をもとにしながら見事に分析している点である。文化を固定した静態的なものとしてではなく、ダイナミックに変容する動態的なものとしてとらえる試みは、現在の文化研究に求められる課題である。本論文は、現代中国が文化を創り上げていくと同時に、文化によっても形作られてきた様子を描き出すことで、この課題に答えている。

第二に、茶文化が創造され実体化されていく過程を跡づけることで、文化の生産と消費に関して、誰もが文化の生産者であり同時に消費者であるという高度消費社会における文化の特色が、具体的にとらえられていることである。たしかに茶文化なる言葉がもちいられた当初は、茶文化の生産者は国家や一部の人々に限られていた。しかし消費社会が進展した現在の中国においては、消費者（使用者）も共に文化の創造に参加しているため、茶文化が、支配的な生産者としての国家、企業、研究者だけによって創られていると見なすことができない状況が生まれている。たとえば企業は学術的に裏打ちされた茶文化を活用しつつ茶芸館という空間をデザインし、さらに独自の発案としてモダンな要素を取り入れる。その茶芸館の消費者である大衆は古典とモダンの融合した茶文化空間を享受し、民族的なアイデンティティを確認すると同時に、その場を自らの経験を演じる舞台として自己のアイデンティティを築いていくといったことが、現実には生じている。王氏が本論文で試みた茶文化創造の分析は、現代消費社会における文化論としても高く評価される。

以上の所見により、本論文は、大阪市立大学博士（文学）の学位を授与するに値するものと認められる。